

ลักษณะ สดสวาท 2556: พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของ
ผู้บริโภค กรณีศึกษา ปาริศปา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ปรินญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์พัฒน์ พัฒนรังสรรค์, Ph.D. 108 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสถานบริการและการให้บริการสปาที่
ปาริศปา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา
3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการใช้บริการสปา 5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
สปา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถามจำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ในเชิง
พรรณนาและเชิงปริมาณ โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ
สมมติฐานด้วยค่าสถิติไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต (Logit Model)
โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชาวอังกฤษ มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี
มีสถานภาพสมรส วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้มากกว่า
180,000 บาทต่อเดือน และเคยใช้บริการสปา โดยเลือกที่จะมาใช้บริการสปาเนื่องจากต้องการผ่อนคลายจาก
การทำงานมากที่สุด ปัจจัยทางการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และ พนักงานมี
ความรู้ความสามารถ

ผลการทดสอบไคสแควร์พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านมีความสัมพันธ์กับ
การใช้/ไม่ใช้บริการสปา ความถี่ในการใช้บริการสปาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในขณะที่ความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาพบว่า อายุและอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต พบว่าลูกค้าเพศชายมีระดับความน่าจะเป็นในการใช้บริการสปา
สูงกว่าเพศหญิง ผู้ใช้บริการสปาชาวเกาหลี เยอรมัน และสวีเดนมีแนวโน้มในการใช้บริการสปาสูง
กว่าผู้บริการสปาชาวไทย ผู้ใช้บริการสปาที่มีอายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มในการใช้บริการสปาสูง
กว่าผู้บริการสปาที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี